14 SOYEZ CONCRET

Utiliser un langage concret est la technique la plus évidente et la plus facile à mettre en œuvre pour rendre ses idées plus facilement mémorisables. Est concret ce qui est directement perceptible par les sens.

Privilégier le concret par rapport à l'abstrait est une règle qui peut vous sembler évidente. Personne n'aime les longs poncifs abscons et fumeux. Pourtant, c'est souvent ce type de discours qui prédomine dans le monde des présentations d'entreprises. La question est alors simple : Comment cela se fait-il que nous basculions si souvent dans le monde de l'abstrait ?

Les pièges de l'abstraction

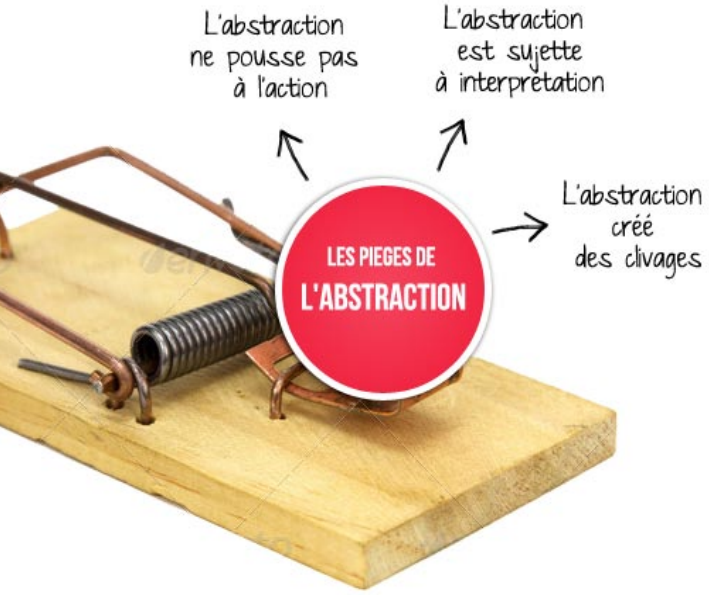
Lorsque l'on emploie un langage abstrait, on tombe dans le piège n°1 de la transmission des idées : la malédiction du savoir. Pour rappel, la malédiction du savoir signifie que quiconque détient un savoir se retrouve dans l'impossibilité de se mettre à la place de celui qui ne sait pas.

C'est à cause de la malédiction du savoir que nous glissons si facilement dans l'abstraction. Le langage abstrait est le langage du spécialiste. Ce qui distingue un novice d'un spécialiste, c'est justement la capacité à penser de manière abstraite.

En employant un langage abstrait, vous oubliez que votre auditoire n'a pas obligatoirement le même niveau de connaissances que vous à propos du

sujet dont vous parlez.

Bien entendu, il est parfois impossible de traiter un sujet autrement qu'en utilisant l'abstraction. Si vous n'avez pas le choix, prenez garde toutefois à ne pas oublier les points suivants :



- L'abstraction ne pousse pas à l'action : «Maximiser les synergies pour accroître la valeur ajoutée » est une jolie phrase pour un rapport d'activités mais elle n'indique pas clairement ce qu'il faut faire pour atteindre un résultat concret.

- L'abstraction est sujette à interprétation : Demandez à 5 personnes différentes ce que signifie « Maximiser les synergies pour accroître la valeur ajoutée » et vous aurez 5 réponses différentes, voire contradictoires. Lorsqu'il s'agit de coordonner une équipe, l'abstraction devient complètement inefficace.

- L'abstraction créé des clivages : Un des problèmes sous-jacents de l'abstraction est qu'elle créé un mur entre celui qui sait et celui qui ne sait pas. Dans ce genre de situation, il n'y a pas d'alternative. C'est à celui qui sait de se mettre à la portée de celui qui ne sait pas.

Vive le concret !

Les idées concrètes sont faciles à retenir. Ce principe est universel. Prenez l'exemple des mots. Des études ont démontré que le cerveau humain retenait mieux les mots concrets (comme «violon » ou « fraise ») que les mots abstraits (« liberté » ou « clairvoyance » par exemple).

En vous emparant de l'imagination (c'est-à-dire la capacité à créer des images mentales) de votre auditoire, vous pourrez faire passer n'importe quel message.

Votre message doit pouvoir être facilement visualisable dans l'esprit de votre auditoire. Quand j'utilise le mot « fraise », automatiquement va jaillir dans votre esprit l'image d'une fraise, que vous le vouliez ou non. Cet exemple très simple vous montre la puissance des images concrètes. Toute la méthode MVP s'appuie sur ce principe clef : En vous emparant de l'imagination (c'est-à-dire la capacité à créer des images mentales) de votre auditoire, vous pourrez faire passer n'importe quel message.

Pour faire passer vos idées, vous avez besoin d'utiliser un « langage universel ». Ce langage universel, c'est le concret. C'est grâce au langage concret que les novices peuvent comprendre de nouveaux concepts. Si vous faites une présentation devant un groupe dont vous ignorez le niveau de connaissances, commencez par être concret.

Comme nous l'avons vu précédemment, en utilisant un langage concret vous allez faire appel à des schémas mentaux déjà connus de votre auditoire. **Grâce à cette base solide, vous allez pouvoir ajouter une couche d'information nouvelle pour votre auditoire et ainsi pouvoir aller confortablement vers l'abstraction.**



La théorie du velcro

Pourquoi le concret est-il si efficace pour rendre nos idées mémorables ? La réponse tient à la manière dont sont fait nos souvenirs. Notre mémoire ressemble à du velcro. Si vous regardez les deux faces du velcro, vous constatez qu'une face est constituée de milliers de crochets tandis que l'autre est constituée de milliers de boucles minuscules. En appuyant une face contre l'autre, les milliers de crochets viennent se prendre dans les boucles, et voilà les deux faces fermement collées l'une à l'autre.

Cette analogie est très utile pour comprendre la manière dont fonctionnent nos souvenirs. Notre cerveau abrite un très grands nombre de boucles. **Plus une idée a de crochets (c'est-à-dire d'éléments concrets) et plus elle accrochera à la mémoire.**

Plus vous incorporez d'éléments concrets à votre message et plus celui-ci pourra être retenu facilement par votre auditoire.